



XII Colóquio Internacional
“Educação e Contemporaneidade”
São Cristóvão/SE/Brasil
20 a 22 de Setembro de 2018
ISSN: 1982-3657



Recebido em:
06/07/2017
Aprovado em:
09/07/2017
Editor Respo.: Veleida
Anahi
Bernard Charlort
Método de Avaliação:
Double Blind Review
E-ISSN:1982-3657
Doi:

IGUALDADE DE GÊNERO, MULHERES EMPODERADAS, EQUIDADE NOS POSTOS DE TRABALHO: UMA ANÁLISE BASEADA NOS 7 PRINCÍPIOS DO EMPODERAMENTO DAS MULHERES – IGUALDADE GERA NEGÓCIOS - CARTILHA DA ONU MULHERES BRASIL E REDE BRASILEIRA DO PACTO GLOBAL

KÊNIA DANTAS ALVES

EIXO: 9. EDUCAÇÃO E DIREITOS HUMANOS. EDUCAÇÃO PARA A PAZ.

Resumo

O presente estudo visa a analisar e a dar conhecimento sobre os “Princípios de Empoderamento das Mulheres – Igualdade gera Negócios”, retratados em uma publicação organizada pela “ONU Mulheres Brasil” e “Rede Brasileira Pacto Global”, cujo objetivo é dar suporte às empresas signatárias, com ênfase nas brasileiras e no setor privado, para a promoção da igualdade entre homens e mulheres no local de trabalho, no mercado e na comunidade, com base em dados estatísticos que apontam para a necessidade de práticas contínuas nas empresas e minimizem a desigualdade de gênero entre os seus(suas) colaboradores(as). A participação ativa do gênero feminino nos postos de trabalho gera impactos econômicos positivos com a implementação dessas práticas em organizações que se comprometem em atender as diretrizes da cartilha criada pela “ONU Mulheres” e “United Nations Global Compact” e nas comunidades que a elas estão interligadas.

Palavras-chaves: Empoderamento; Igualdade de gênero; Mercado.

Abstract

The present study aims to analyze and provide knowledge about Women’s Empowerment Principles - Equality Generates Business, portrayed in a publication organized by UN Women Brazil and Global Compact Network Brazil, whose objective is to support the signatory companies, with emphasis on the Brazilian and the Private sector, to promote equality between men and women in the workplace, in the market and in the community, based on statistical data that point to the need for continuous practices in companies that minimize gender inequality among their employees.

The women’s active participation in the workplace generates positive economic impacts with the implementation of these practices in organizations committed to follow the guidelines of the booklet created by UN Women and the United Nations Global Compact and in the communities linked to them.

Keywords: Empowerment; Gender equality; Marketplace.

1- INTRODUÇÃO

O documento “Princípios de Empoderamento das Mulheres – Igualdade gera Negócios”, publicado em 2016, com base na cartilha oficial dos WEPs(Princípios de Empoderamento das Mulheres, da sigla em inglês), contém a descrição dos sete princípios que o compõem, com exemplos práticos e adequados ao contexto brasileiro, adquiridos

por meio de pesquisa junto às empresas signatárias.

Estes princípios colaboram para a adaptação das políticas e práticas já existentes nas organizações e/ou auxiliam na criação de novas práticas a fim de promoverem o empoderamento das mulheres para participarem de todos os setores da economia e em todos os níveis de atividade, o que é essencial para construir economias fortes; estabelecer sociedades mais estáveis e justas; atingir os objetivos de desenvolvimento, sustentabilidade e direitos humanos internacionalmente reconhecidos; melhorar a qualidade de vida para mulheres, homens, famílias e comunidades e impulsionar as operações e as metas dos negócios. Segundo a sua publicação, alcançar a igualdade de gênero requer a participação de todos e todas, por isso, os princípios também consideram os interesses dos governos e da sociedade civil para alcançar a igualdade.

Mas, apesar destes avanços, as mulheres continuam enfrentando a discriminação, marginalização, exclusão, mesmo sendo a igualdade entre homens e mulheres um preceito internacional, um direito humano fundamental e inviolável. Ainda não é possível ver uma participação equilibrada da mulher nos diversos postos de trabalho, desde a presidência da empresa até o chão da fábrica e a cadeia de suprimentos. No entanto, para endossar a necessidade de promover esse equilíbrio, o estudo “Mulheres Importam: um motor de desempenho corporativo” (Women Matter: A Corporate Performance Driver, McKinsey & Co, 2007 apud https://issuu.com/onumulheresweeps/docs/cartilha_weeps_2016. Acesso em 05 de jul. 2017) indica a competitividade que a empresa ganha em diferentes áreas ao promover a igualdade de gênero.

Estes sete Princípios são os seguintes: 1- Estabelecer liderança corporativa de alto nível para a igualdade de gênero; 2- Tratar todos os homens e mulheres de forma justa no trabalho – respeitar e apoiar os direitos humanos e a não-discriminação; 3- Garantir a saúde, a segurança e o bem-estar de todos os trabalhadores e as trabalhadoras; 4- Promover a educação, a formação e o desenvolvimento profissional das mulheres; 5- Implementar o desenvolvimento empresarial e as práticas da cadeia de suprimentos e de marketing que empoderem as mulheres; 6- Promover a igualdade através de iniciativas e defesas comunitárias; 7- Mediar e publicar os progressos para alcançar a igualdade de gênero.

Os “Princípios” se fundamentam no quinto item (“Igualdade de Gênero”) da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas(ONU), e, a partir das práticas apresentadas por diversas empresas, é possível ver a consonância com alguns dos objetivos da ONU, tais como promover os direitos humanos; auxiliar no desenvolvimento econômico e no progresso social; além de atender o artigo 5º, inciso I, da Constituição Brasileira, que afirma que homens e mulheres são iguais em direitos e deveres.

2 – DESENVOLVIMENTO

2.1- O papel da ONU Mulheres Brasil e da Rede Brasileira de Pacto Global

A “ONU Mulheres” surgiu em 2010 com o intuito de unir, fortalecer e ampliar os esforços mundiais em defesa dos direitos humanos das mulheres. Segue o legado de duas décadas do Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher(UNIFEM) em defesa dos direitos humanos do gênero feminino, especialmente pelo apoio a articulações e movimento de mulheres e feministas, entre elas, mulheres negras, indígenas, jovens, trabalhadoras domésticas e trabalhadoras rurais. Atua em seis áreas prioritárias: liderança e participação política das mulheres; empoderamento econômico; fim da violência contra mulheres e meninas; paz e segurança e emergências humanitárias; governança e planejamento; normas globais e regionais.

A “ONU Mulheres” tem sede em Nova Iorque, nos Estados Unidos. Possui escritórios regionais em países da África, Américas, Ásia e Europa. Nas Américas e Caribe, o escritório regional está situado no Panamá. No Brasil, o escritório opera em Brasília.

A Rede Brasileira de Pacto Global da ONU surge em 2003, sendo considerada a maior rede local, com mais de 700 signatários e atua como parceira do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Ela está sob a gestão de um comitê com 36 organizações de referência em sustentabilidade e empresas líderes em setores estratégicos para a economia brasileira. A atual diretoria é composta por Itaú Unibanco, PricewaterhouseCoopers(PWC), Grupo Abril, Federação das Indústrias do Estado do Paraná(FIEP) e Fábrica de

Anilina e Soda de Baden(BASF), presidência.

Além disso, a Rede define os seguintes objetivos para o Comitê Brasileiro do Pacto Global (CBPG): massificação dos seus princípios no País; ampliação da adesão de empresas e organizações brasileiras; apoio às empresas brasileiras para a implantação dos princípios; promoção de troca de experiências e aprendizado dos princípios do Pacto Global(PG); exercício das funções de articulador internacional com as demais redes do PG e com o escritório em Nova Iorque; promoção do vínculo entre os princípios do PG e os objetivos de desenvolvimento do milênio; assessoramento ao presidente do CBPG.

2.2 – Definição de empoderamento e igualdade de gênero

A palavra empoderamento é um neologismo criado pelo educador brasileiro Paulo Freire, originada do termo em inglês “empowerment”. O termo existe desde 1977, sendo cunhado pelo psicólogo norte-americano Julian Rappaport, o qual defendeu a utilização do termo pela necessidade de se ofertar ferramentas a certos grupos oprimidos, a fim de apresentarem condições e autonomia de se desenvolverem. Segundo Freire, os próprios grupos desfavorecidos devem empoderar-se a si próprios, conceito que se tornou popular entre educadores e sociólogos. A palavra empoderamento é amplamente utilizada por movimentos sociais, inclusive pela Organização das Nações Unidas.

De acordo com a cartilha oficial dos WEPs, o termo empoderamento significa:

Dar ou adquirir poder ou mais poder. O empoderamento significa uma ampliação da liberdade de escolher e agir, ou seja, o aumento da autoridade e do poder dos indivíduos sobre os recursos e decisões que afetam suas próprias vidas. A pessoa empoderada pode definir os seus objetivos, adquirir competências (ou ter as suas próprias competências e conhecimentos reconhecidos), resolver problemas e desenvolver seu próprio sustento. É, simultaneamente, um processo e um resultado. Fala-se, então, do empoderamento das pessoas em situação de pobreza, das mulheres, dos negros, dos indígenas e de todos aqueles que vivem em relações de subordinação ou são desprivilegiados socialmente(ONU MULHERES. ENTIDADE DAS NAÇÕES UNIDAS PARA IGUALDADE DE GÊNERO E EMPODERAMENTO DAS MULHERES, p.21. http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_WEPs_2016.pdf. Acesso em: 30 de jul. 2017).

Segundo Serrão, Almeida e Carestiatto (2012, p.121), as diferenças de gênero foram intensificadas após a Revolução Industrial, no século XVIII. Nas fábricas, as mulheres ganhavam menos que os homens, sendo encarregadas pelos trabalhos domésticos, que inclui cuidar de crianças, velhos, doentes e “servirem” ao marido, sendo essa função classificada como não produtiva e gratuita. Para complementar esse dado no que se refere à desigualdade de gênero no Brasil, um estudo da Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (Pnad), em 2014, apontou que as trabalhadoras brasileiras recebem aproximadamente 27% menos do que os homens, que desempenham funções similares.

A cartilha oficial dos WEPs conceitua igualdade de gênero, da seguinte forma:

Refere-se ao conceito de que todos os seres humanos, sem diferenciação de sexo ou gênero, são livres para desenvolverem as suas capacidades pessoais e tomarem decisões sem as limitações impostas por papéis rigidamente atribuídos a um gênero. A igualdade de gênero significa que os diferentes comportamentos, aspirações e necessidades das mulheres e dos homens são considerados, valorizados e favorecidos equitativamente. Não significa que as mulheres e os homens têm de se tornar idênticos, mas que os seus direitos, responsabilidades e oportunidades não são determinados pelo seu gênero (ONU MULHERES. ENTIDADE DAS NAÇÕES UNIDAS PARA IGUALDADE DE GÊNERO E EMPODERAMENTO DAS MULHERES, p.21. http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_WEPs_2016.pdf. Acesso em: 30 de jul. 2017).

Ainda sobre esta questão, a educadora e feminista Guaracira Lopes Louro(1997, pág.14) afirma que o conceito de gênero está diretamente ligado à história do movimento contemporâneo e que as ações isoladas ou coletivas dirigidas contra a opressão das mulheres podem ser observadas em diversos momentos da História. No ocidente, a partir do século XIX, as manifestações contra a discriminação feminina ganharam visibilidade e expressão maiores com o sufrágio, movimento voltado para estender o voto às mulheres. Segundo ela, “A segregação social e política a que as mulheres foram historicamente conduzidas tiveram como consequência a sua ampla invisibilidade como sujeito - inclusive como sujeito da Ciência”(1997, pág.17).

2.3 – Alguns dados estatísticos que situam a mulher no Brasil e no mundo

2.3.1 – Mercado de Trabalho

Em 2010, a Organização Mundial do Trabalho (OIT) publicou um documento intitulado “Igualdade de Gênero e Raça no Trabalho: avanços e desafios”. Nele encontramos a seguinte citação:

Aprofundando a análise das diferenças de sexo no mercado de trabalho, não se contribui apenas para o acúmulo de saberes sobre a atividade feminina, participa-se também do progresso geral dos conhecimentos sobre o mundo do trabalho. E é exatamente essa ideia que ainda é difícil de admitir, mas que urge aceitar (MARUANI, 2003 apud ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TRABALHO. Disponível em: http://www.oitbrasil.org.br/sites/default/files/topic/gender/pub/igualdade_genero_262.pdf. Acesso em 05 de jul. 2017).

Na prática o pensamento da autora é bastante acentuado e embasado quando se avaliam dados como o de que as mulheres brasileiras compõem atualmente 58% dos universitários, conforme Censo(2010 apud https://issuu.com/onumulheresweps/docs/cartilha_weps_2016, p. 20. Acesso em: 04 de jul 2017). No entanto, elas representam apenas 2% dos presidentes das 250 maiores empresas brasileiras, de acordo com levantamento feito pela Consultoria Bain & Company(2013, apud https://issuu.com/onumulheresweps/docs/cartilha_weps_2016, p. 20. Acesso em: 04 de jul 2017). O Japão é o país com menor proporção de mulheres em cargos de diretoria (7%), dado divulgado em 2015 pela Grant Thornton. Além disso, mulheres recebem o equivalente a 80% do salário dos homens, conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2014 apud <http://movimentomulher360.com.br/institucional/numeros/>. Acesso em: 04 de jul 2017).

2.3.2 – Educação

Segundo Carmem Barroso(2004, pag. 575), as questões de gênero, de um modo geral, têm recebido pouca atenção nos debates educacionais, e, de outro lado, a educação tem tido pouco destaque na agenda da igualdade de gênero. Barroso ressalta ainda que os efeitos da educação no empoderamento da mulher se manifestam de formas variadas, até mesmo pelo aumento do potencial de geração de renda, da autonomia nas decisões pessoais, do controle sobre a própria fertilidade e da maior participação na vida pública. E esses efeitos começam a ganhar visibilidade com dados trazidos pela ONU(2015 apud <http://movimentomulher360.com.br/institucional/numeros/>. Acesso em: 04 de jul 2017), em que, no mundo, as mulheres representam 28% do total de pesquisadores. Já conforme pesquisa realizada pela McKinsey & Company(2015 apud <http://movimentomulher360.com.br/institucional/numeros/>. Acesso em: 04 de jul 2017), investir na igualdade de gênero pode acrescentar US\$ 28 trilhões ao PIB global até 2025.

Há muito ainda que ser feito, no que se refere a investimentos na educação visando à igualdade de gênero e oportunidades de trabalho para todos. Na cartilha oficial dos WEPs (analisada neste presente estudo), podemos verificar dados que marcam a desigualdade de gênero, cujo alvo são as meninas e mulheres, e o quanto é primordial o investimento em Educação. Por exemplo, conforme a UNESCO(2013; 2015 apud www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_WEPs_2016.pdf. Acesso em: 04 de jul 2017), dos 774 milhões de adultos analfabetos no mundo, 64% são mulheres; mais de 120 milhões de crianças e jovens em idade escolar permanecem fora da escola em todo o mundo, sendo que mais da metade são meninas. No “Relatório de Monitoramento Global Educação para Todos”, da UNESCO(2015 apud

www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_WEPs_2016.pdf, p. 20. Acesso em: 04 de jul 2017), aponta que cerca de 24 milhões de crianças nunca vão entrar numa sala de aula, com as meninas sendo o grupo mais desfavorecido. Apenas no sul e no oeste da Ásia, 80% das meninas que estão fora da escola têm chances remotas de começarem a estudar, em comparação com 16% dos meninos.

2.4 – Análise dos sete princípios e as principais práticas de empresas que atuam no Brasil

O documento que compreende os “Princípios de Empoderamento das Mulheres” está organizado em: “Definição do Princípio”; “Como aplicar o princípio”; “Medindo o princípio”; “O princípio em prática”.

Neste item(2.4), será apresentada uma visão geral de cada um dos princípios, bem como alguns exemplos práticos que já estão sendo aplicados em organizações no Brasil.

2.4.1 – Princípio 1: Estabelecer liderança corporativa de alto nível para a igualdade de gênero

Neste princípio, a liderança da empresa precisa criar estruturas institucionais e culturais na organização a fim de que a igualdade de gênero passe a ser um valor compartilhado por todos e todas, desde os processos internos relacionados ao avanço profissional ao relacionamento com a cadeia de suprimentos e à comunidade.

Na prática, já existem, no Brasil, grupos formados por empresas que tratam a questão de igualdade de gênero no nível estratégico e contam com o engajamento de sua liderança. O foco é trocar boas práticas e fomentar o avanço dessas discussões no ambiente empresarial. São exemplos: a Aliança pelo Empoderamento das Mulheres, os Ciclos de Encontros Regionais para o Fortalecimento da Equidade de Gênero e Raça no Mundo do Trabalho, o Finance Women Network(Rede de Mulheres em Finanças) e o Movimento Mulher 360.

2.4.2 – Princípio 2: Tratar todos os homens e mulheres de forma justa no trabalho – respeitar e apoiar os direitos humanos e a não discriminação

O esforço das empresas para atenderem a este princípio é promover um ambiente não discriminatório, onde mulheres e homens desfrutem de oportunidades iguais de desenvolvimento profissional. A aplicação do princípio exige que a organização passe por três etapas: avaliação da situação atual de igualdade de gênero; o reconhecimento dos motivos que a levaram a esse nível; e a criação de políticas e práticas que ajudem a promover ou acelerar a criação e manutenção de um ambiente não discriminatório.

Na primeira e segunda etapas (avaliação e reconhecimento dos motivos), é importante compreender se os possíveis desníveis de oportunidades relacionadas ao gênero estão relacionados à atração, retenção ou ao desenvolvimento de profissionais. Na terceira etapa, a organização pode focar em problemas específicos, como, por exemplo: iniciativas de recrutamentos que busquem mais mulheres e procedimentos que coíbam assédio moral e sexual.

O Guia de Conduta da Petrobrás(2014 apud https://issuu.com/onumulheresweps/docs/cartilha_weps_2016, p. 09. Acesso em 05 de jul 2017) apresenta o que a empresa compreende por discriminação, assédio moral, liberdade religiosa, respeito à diversidade e à igualdade de gênero. A partir da criação da cláusula “Da Promoção da Equidade de Gênero e Raça”, no manual de práticas de contratação da Eletrobrás Eletronorte, foi possível acontecer mais contratações de mulheres nas funções de motorista e vigilante, ocupadas majoritariamente por homens.

2.4.3 – Princípio 3: Garantir a saúde, a segurança e o bem-estar de todos os trabalhadores e trabalhadoras

O gênero também influencia as necessidades das pessoas em relação à saúde e à segurança. Neste aspecto, é fundamental que a organização reconheça isso ao planejar o escopo de seus planos de saúde, a fim de preservar a saúde física e emocional de todos colaboradores e todas colaboradoras, bem como a segurança. Portanto, o reconhecimento das diferenças deve ser feito de forma a evitar o reforço a estereótipos de gênero.

Existe uma crença de que as mulheres, por conta da licença maternidade, são mais onerosas para as empresas, mas, segundo dados da Organização Internacional do Trabalho, OIT(2006 apud https://issuu.com/onumulheresweps/docs/cartilha_weps_2016, p. 10. Acesso em 05 de jul 2017), o absentismo ao longo da carreira entre homens e mulheres é semelhante. Segundo a pesquisa, a diferença está apenas nos motivos, e a licença maternidade não acarreta diretamente custos maiores, dado que existem políticas públicas que absorvem

grande parte do custo do afastamento e, em muitas vezes, as empresas não contratam substitutos ou substitutas.

Como forma de atender a esse princípio, a Ernest & Young(EY) oferece às gestantes orientação desde o momento em que a mulher comunica a gravidez à empresa até o seu retorno após a licença maternidade. O programa inclui retorno ao trabalho com agenda flexível, *coaching*(aconselhamento) para seu momento profissional e mentoria com uma profissional que já passou pela situação. No quesito flexibilidade no trabalho, há 6 anos foi implantada a “Política de Flexibilidade e Arranjos de Trabalho Flexível”, que disponibiliza trabalho remoto, semana comprimida e jornada reduzida.

2.4.4 – Princípio 4: Promover a educação, a formação e o desenvolvimento profissional das mulheres

Para colocar em prática esse princípio, as organizações precisam identificar quais são os obstáculos diretos e indiretos que se impõem, na empresa, para que mais mulheres ocupem determinadas áreas de atuação, geralmente vistas como masculinas, ou cheguem às posições hierárquicas mais altas; desenvolver programas de capacitação das mulheres em habilidades e comportamentos para eliminar os obstáculos que impedem o avanço profissional; implementar programas que atuem nos desafios indiretos enfrentados pelas mulheres, como menor acesso ao *networking*(redes de relacionamento) e disponibilidade de tempo fora do escritório; capacitar gestores e gestoras da empresa para lidar com os desafios enfrentados pelas mulheres e superar vieses inconscientes que se imponham como barreiras adicionais; difundir em todos os níveis da organização a conscientização sobre os impactos positivos que o empoderamento das mulheres poderá trazer para a empresa, tornando esse um tema de interesse a todos os funcionários e funcionárias; trazer para a área de recursos humanos capacitação sobre igualdade de gênero e benchmarks (procura de modelos) de boas práticas de outras organizações que têm sido capazes de atrair, reter e desenvolver mais mulheres.

Na prática, a “Avon” patrocinou a criação de uma disciplina sobre a subrepresentação da mulher em espaços como o alto escalão de empresas e a política no curso de graduação em administração de empresas e administração pública da Fundação Getúlio Vargas(FGV) em São Paulo. Já a *Unilever* tem o “Programa Aquarela”, cujo objetivo é ser mais uma ferramenta de inclusão social. O programa seleciona meninos e meninas de baixa renda, no Ensino Médio público, em igual proporção, com potencial para desenvolver uma carreira na empresa, e acompanha os mesmos oferecendo suporte para ingresso e conclusão da faculdade.

2.4.5 – Princípio 5: Implementar o desenvolvimento empresarial e as práticas da cadeia de suprimentos e de marketing que empoderam as mulheres

As organizações apresentam um enorme potencial de promoção de igualdade de gênero por meio da sua relação com fornecedores e fornecedoras e também dos padrões comportamentais e culturais que promovem em suas campanhas de marketing.

Por meio de políticas da cadeia de suprimentos, as empresas podem incentivar os fornecedores e as fornecedoras a desenvolverem práticas internas de igualdade de gênero e também incutir em seus(suas) próprios(as) compradores(as), a mentalidade de identificarem mais empresas fornecedoras lideradas por mulheres. As ações de marketing auxiliam na promoção de valores que quebrem paradigmas de gênero.

Um exemplo de aplicação desse princípio é da Walmart, que, em 2011, lançou uma campanha para ajudar a capacitar as mulheres em toda a sua cadeia de suprimentos. Estabeleceu metas ambiciosas para o prazo de cinco anos, como dobrar o volume de mercadorias adquiridas de mulheres fornecedoras internacionalmente; promover treinamento e oportunidades de acesso a mercado às mulheres na agricultura e nas fábricas, através de treinamentos; realizar capacitação formal a mulheres de baixa renda de diferentes áreas de atuação para ajudá-las a chegar ao ensino superior e terem acesso ao mercado de trabalho; apoiar seus fornecedores e suas fornecedoras a aumentarem a diversidade de gênero em suas empresas.

2.4.6 – Princípio 6: Promover a igualdade através de iniciativas e defesa comunitária

Neste princípio, a organização pode usar sua influência para reforçar a importância do empoderamento das mulheres como mecanismo de promoção de avanço econômico para toda a sociedade. Por meio de seu próprio exemplo como negócio que valoriza a igualdade de gênero e por meio de suas ações sociais, é possível aliar seu prestígio e

visibilidade para mobilizar comunidades, governantes, organizações sem fins lucrativos e outras empresas. Assim, a Caixa Econômica Federal tem uma linha de crédito voltada a pequenas empreendedoras, a qual faz parte da Política Nacional de Microcrédito Produtivo, orientado para fomentar o empreendedorismo feminino. Já o Itaú, disponibiliza uma plataforma online e presencial de orientação para mulheres empreendedoras, o “Itaú Mulher Empreendedora”.

2.4.7 – Princípio 7: Mediar e publicar os progressos para alcançar a igualdade de gênero

As organizações que implementam, em suas práticas, ações que atendam alguns ou a totalidade dos princípios acima mencionados, podem melhorar constantemente seu cenário de igualdade de gênero, bastando estabelecer metas quantitativas e monitorá-las com frequência predeterminada. E os avanços devem ser publicados em relatórios específicos ou indicadores de gênero e serem adicionados aos relatórios já existentes. Em países como Estados Unidos e Austrália, as empresas de capital aberto já têm a obrigatoriedade de reportar publicamente seus dados de diversidade de gênero.

Em nosso país, existem boas práticas, como o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), ferramenta para análise comparativa da performance das empresas listadas na Bovespa; o Prêmio WEPs (da sigla em Português: Princípios de Empoderamento das Mulheres), que identifica e reconhece empresas que estão aplicando corretamente os “Princípios do Empoderamento das Mulheres da ONU” e o “Selo Pró-Equidade de Gênero e Raça”, do governo federal, atestado a empresas que cumprem metas de avanço em indicadores de diversidade nos dois tópicos.

Várias empresas publicam indicadores de gênero no Global Reporting Initiative (GRI)³⁸, como Avon, Boticário, Caixa Econômica Federal, Dow, Eletronorte, KPMG, Petrobras e Vale. Dow, EY, Itaú e Walmart adotam a versão do GRI que inclui o indicador que mensura a proporção média de salários entre homens e mulheres (LA13). E o BNDES criou uma base de dados histórica que servirá de apoio para a análise da progressão das mulheres na carreira para fortalecer as ações em prol da igualdade de gênero nos cargos de decisão (ONU MULHERES. ENTIDADE DAS NAÇÕES UNIDAS PARA IGUALDADE DE GÊNERO E EMPODERAMENTO DAS MULHERES, p.19. http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_WEPs_2016.pdf. Acesso em: 30 de jul. 2017).

3- CONSIDERAÇÕES FINAIS

As ações de promoção da igualdade de gênero praticadas por empresas signatárias da cartilha oficial dos WEPs, que incluíram ações educacionais, sociais, não-discriminatórias e institucionais, dão uma nota dos inúmeros esforços em vários setores da sociedade, como governos, sociedade civil, instituições educacionais, empresas, organizações não-governamentais, que podem ser engendrados por meio de um processo educativo e de conscientização dos atores envolvidos, o respeito aos direitos humanos e, por consequência, a educação para a paz. Ainda que as empresas signatárias, brasileiras ou multinacionais instaladas no Brasil, visem a atender as diretrizes da cartilha a fim de gerarem uma boa reputação para seus consumidores e a comunidade em que atuam, além de obter números positivos em seus relatórios de indicadores de desempenho, há que se considerar a criatividade e a sensibilidade aplicadas às práticas, podendo servir de modelo para que outras empresas implementem em seus processos de gestão e colaborem não só com a igualdade de gênero e a defesa de grupos minoritários, mas seja capaz de colaborar em pequena ou grande escala com o desenvolvimento de coletividades, gerando ao longo do tempo, a promoção da igualdade e paz no mundo.

REFERÊNCIAS

ONU MULHERES. ENTIDADE DAS NAÇÕES UNIDAS PARA IGUALDADE DE GÊNERO E EMPODERAMENTO DAS MULHERES. **Cartilha Princípios de Empoderamento das Mulheres – Igualdade Gera Negócios**. Disponível em: www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_WEPs_2016.pdf

SERRÃO, Mônica; ALMEIDA, Aline; CARESTIATO, Andréa. **Sustentabilidade: uma questão de todos nós**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2012.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis, RJ:Vozes, 1997.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA; CASA CIVIL; SUBCHEFIA PARA ASSUNTOS JURÍDICOS. **Disponível em:** http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 30 de jun. 2017

<https://pt.wikipedia.org/wiki/OrganizaçãodaNaçõesUnidas>. Acesso em: 30 de jun. 2017

NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. <https://nacoesunidas.org/tema/agenda2030/>. Acesso em: 30 de jun. 2017

MOVIMENTO EMPRESARIAL PELO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DA MULHER. <http://movimentomulher360.com.br/institucional/numeros/>. Acesso em: 30 de jun. 2017

PACTO GLOBAL. <http://www.pactoglobal.org.br/artigo/66/Objetivos>. Acesso em: 01 de jul. 2017

ONU MULHERES. ENTIDADE DAS NAÇÕES UNIDAS PARA IGUALDADEDE GÊNERO E EMPODERAMENTO DAS MULHERES

<http://agenciapatriciagalvao.org.br/mulheres-de-olho-2/origem-do-conceito-de-empoderamento-palavra-da-vez/>. Acesso em: 01 de jul. 2017

BARROSO, Carmen. **Metas de Desenvolvimento do Milênio, Educação e Igualdade de Gênero**. Cadernos de Pesquisa, v. 34, n. 123, p. 573-582, set./dez. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cp/v34n123/a04v34123.pdf>. Acesso em: 01 de jul.2017.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TRABALHO. **Igualdade de Gênero e Raça no Trabalho: avanços e desafios**. Brasília: OIT, 2010. Disponível em; http://www.oitbrasil.org.br/sites/default/files/topic/gender/pub/igualdade_genero_262.pdf. Acesso em 05 de jul. 2017.

Não há notas de rodapé